	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	Código F-AC-DBL-007	Fecha 08-07-2021	Revisión B
Dependencia DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	Aprobado SUBDIRECTOR ACADEMICO		Pág. 1(81)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	Andrea Julieth Piñuela Hernández		
FACULTAD	Educación, Artes y Humanidades		
PLAN DE ESTUDIOS	Comunicación Social		
DIRECTOR	Geovany Mejia Cantor		
TÍTULO DE LA TESIS	Creación de la estructura organizacional y diseño del manual de identidad corporativa de la Chatarrería Andrea Julieth S.A.S		
TITULO EN INGLES	Creation of the organizational structure and design of the corporate identity manual of the Scrapyrd Andrea Julieth S.A.S		
RESUMEN (70 palabras)			
<p>La identidad corporativa es una herramienta comunicativa, imprescindible dentro de las organizaciones, que contribuye de manera directa al crecimiento, reconocimiento, posicionamiento y recordación de la marca. Por otro lado, el diseño de la estructura organizacional y los elementos del corazón ideológico, son herramientas claves que permiten transmitir la esencia de la compañía, de ahí la importancia de que toda empresa sea grande o pequeña cuente con todas estas piezas comunicativas.</p>			
RESUMEN EN INGLES			
<p>Corporate identity is a communicative tool, essential within organizations, which contributes directly to the growth, recognition, positioning and remembrance of the brand. On the other hand, the design of the organizational structure and the elements of the ideological heart are key tools that allow the essence of the company to be transmitted, hence the importance that every company, whether large or small, has all these communicative pieces.</p>			
PALABRAS CLAVES	Identidad corporativa, herramienta comunicativa, estructura organizacional, empresa		
PALABRAS CLAVES EN INGLES	Communication tool, organizational structure, company		
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 81	PLANOS:	ILUSTRACIONES:	CD-ROM:



Creación de la estructura organizacional y diseño del manual de identidad corporativa de la
Chatarrería Andrea Julieth S.A.S

Andrea Julieth Piñuela Hernández

Código: 311451

Facultad de Educación, Artes y Humanidades, Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña

Comunicación Social

Esp. Geovanny Mejía Cantor

2 Agosto del 2022

Índice

1. Creación de la estructura organizacional y diseño del manual de identidad corporativa de la Chatarrería Andrea Julieth S.A.S	11
1.1 Descripción de la empresa	11
1.1.1 Misión	12
1.1.2 Visión	12
1.1.3 Objetivos de la empresa.....	12
1.1.4 Descripción de la estructura organizacional	13
1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada.....	14
1.2.1 Planteamiento del problema	16
1.3 Objetivos de la pasantía	18
1.3.1 Objetivo general	18
1.3.2 Objetivos específicos.....	18
1.4 Descripción de las actividades a desarrollar	18
1.5 Cronograma de actividades.....	19
2. Enfoques referenciales	21
2.1 Enfoque teórico.....	21
2.1.1 El reciclaje en los países desarrollados.....	21
2.1.2 Beneficios del reciclado de chatarra.....	21
2.2 Enfoque conceptual.....	22
2.3 Enfoque legal	24
3. Informe de cumplimiento de trabajo.....	28
3.1 Presentación de resultados	28
3.1.1 Objetivo Especifico No. 1. Identificar la información de corazón ideológico e identidad corporativa que se requieren en la organización.....	28
3.1.2 Objetivo específico No. 2: Establecer los elementos y características del corazón ideológico institucional	34
3.1.3 Objetivo específico No. 3: Crear los documentos de la identidad y estructura organizacional de la Chatarrería Andrea Julieth S.A.S	36
4. Diagnóstico final.....	40

5. Conclusiones	42
6. Recomendaciones	44
Referencias.....	45
Apéndices.....	48

Lista de Tablas

Tabla 1. Matriz DOFA	15
Tabla 2. Matriz DOFA Cruzada.....	15
Tabla 3. Descripción de las actividades	18
Tabla 4. Cronograma de actividades.....	19

Lista de Figuras

Figura 1. Diagrama de organización de la empresa.....	14
-------------------------------------------------------	----

Lista de Apéndices

Apéndice A. Diario de Observación relacionado al estado de la imagen corporativa y el posicionamiento de la Chatarrería Andrea Julieth S.A.S.....	49
Apéndice B. Diario de Observación relacionado con la estructura organizacional de la empresa	51
Apéndice C. Diario de Observación relacionado con el clima laboral y ambiente organizacional	52
Apéndice D. Manual de Imagen Corporativa de la Chatarrería Andrea Julieth S.A.S.	53
Apéndice E. Creación y diseño de la estructura organizacional	77
Apéndice F. Mejora de la misión y visión institucional	78
Apéndice G. Creación de los objetivos y valores corporativos	79

Resumen

La identidad corporativa es una parte esencial dentro de la organización, pues es la que representa e identifica a la empresa y permite la recordación de la marca no solo ante sus propios clientes sino también ante futuros interesados en adquirir los productos o servicios ofrecidos por la empresa, en la Chatarrería Andrea Julieth S.A.S, se encontró una gran falencia y es que no contaba con un Manual de Imagen Corporativa y diseño del organigrama institucional, por lo que evidentemente su imagen se encontraba afectando de manera considerable el crecimiento, desarrollo y posicionamiento del negocio.

Entonces, con el objetivo de brindar una solución a la problemática presentada se propuso la creación del organigrama y diseño del Manual y así contribuir al mejoramiento y fortalecer del mismo modo la imagen institucional. La idea de la realización del trabajo ejecutado es demostrar la vital importancia que tiene el manual dentro de las organizaciones, además de sus beneficios y ventajas. Por otro lado, para recopilar toda la información necesaria para desarrollar el proyecto investigativo, se emplearon como instrumentos de recolección de datos el diario de observación de campo y la entrevista semiestructurada.

Finalmente se pudo evidenciar con el cumplimiento de las actividades, que la imagen de la empresa mejoró significativa y notablemente, además de fortalecer la comunicación tanto interna como externa, generó también en cada uno de los colaboradores y funcionarios de la empresa un mayor sentido de pertenencia, por otro lado, contribuyó de manera directa al mejoramiento del clima y cultura organizacional, creando un ambiente laboral más adecuado

entendiendo que es y debe ser siempre la comunicación asertiva la base principal y sustancial de la organización.

Introducción

“Si te centras en ti mismo no dejas huella. Tu marca tiene sentido si aportas a los demás.

– Andrés Pérez Ortega

El presente trabajo trata el tema sobre la importancia y el papel trascendental que juega la imagen corporativa dentro de la organización, y como esta puede ayudar y contribuir a generar un posicionamiento exponencial e importante, partiendo de la idea que al hablar de imagen es básicamente hablar de un todo, pues es lo que distingue y representa a la empresa ante el mundo. A través de una observación de campo minuciosa se pudo conocer que la Chatarrería Andrea Julieth no cuenta con la creación de la estructura organizacional y la implementación de un manual de imagen corporativa que los oriente en los procesos comunicativos empresariales.

Por tal motivo, su imagen estaba siendo afectada, pues no podía reflejar sus emociones, mucho menos proyectar su personalidad, además de que difícilmente podía ser identificada por las personas y lograr así una eficiente fidelización por parte de sus clientes. Para analizar esta problemática presentada es necesario mencionar sus causas, la principal de ellas es el desconocimiento acerca de temas y procesos de comunicación, otra causa es la falta de presencia de un profesional de Comunicación Social que los oriente en estos temas relevantes, es posible afirmar que otra causa es la falta de importancia e interés que se le da al área comunicativa dentro de las empresas.

A través de los objetivos se busca identificar la información de corazón ideológico e identidad corporativa que se requieren en la organización, así mismo establecer los elementos y características del corazón ideológico institucional, y, como tercer objetivo específico, se busca crear los documentos de la identidad y estructura organizacional de la Chatarrería Andrea Julieth S.A.S. todo esto con el propósito de brindar una imagen coherente y elegante que represente e identifique a la organización, además de ayudarle y ser un aliciente en todo lo relacionado con el área comunicativa.

1. Creación de la estructura organizacional y diseño del manual de identidad corporativa de la Chatarrería Andrea Julieth S.A.S

1.1 Descripción de la empresa

La Chatarrería Andrea Julieth S.A.S, es una empresa social con ánimo de lucro dedicada al reciclaje, y su principal función es brindarle a toda la comunidad de Bosconia el beneficio así como también la oportunidad de contribuir al mejoramiento, cuidado y conservación del medio ambiente, teniendo en cuenta que este es un proceso de recolección y transformación de los materiales o residuos sólidos para posteriormente convertirlos en nuevos productos, en otras palabras, es darle vida a lo que ya se había desechado como basura (Chatarrería Andrea Julieth S.A.S, 2022).

Ahora, es importante mencionar el papel tan significativo y crucial que cumple dentro del fortalecimiento, crecimiento y desarrollo de la sociedad, ya que “contribuye de manera directa a la reconstrucción del tejido social, satisfaciendo necesidades, creando un ambiente más sano, generando empleos y mejorando la calidad de vida de todos los habitantes del municipio de Bosconia” (Chatarrería Andrea Julieth S.A.S, 2022).

Por otro lado, cabe resaltar que es una de las empresas de reciclaje más antiguas presentes en el municipio, prestando sus servicios desde el año 2010, contando así con un gran recorrido y reconocimiento en el mercado del reciclaje, además de estar legalmente constituida identificada

tributariamente con el NIT. 901252225-1, ubicada en la calle 24 N°17- 53 del barrio Alto Prado en Bosconia, Cesar.

1.1.1 Misión

Somos una empresa recicladora, colaboradora y protectora del medio ambiente, cuyo objetivo es brindar un mejor tratamiento de los residuos sólidos aprovechables del municipio de Bosconia, con el propósito de brindar una mejor calidad de vida a todos sus habitantes. (Chatarrería Andrea Julieth S.A.S, 2022).

1.1.2 Visión

Para el 2025 la Chatarrería Andrea Julieth S.A.S, estará consolidada en el sector comercial, a nivel departamental como la primera opción dedicada a la comercialización de los residuos sólidos aprovechables, comprometidos así principalmente con el medio ambiente, contribuyendo de manera directa al desarrollo económico, social, cultural, humano y ambiental de la sociedad. (Chatarrería Andrea Julieth S.A.S, 2022)

1.1.3 Objetivos de la empresa

Lograr el desarrollo del entorno económico y social con mayor responsabilidad, poder brindar la oportunidad de reciclar a toda la comunidad en general, además de garantizar el cuidado, respeto y protección del medio ambiente, Realizando las actividades con responsabilidad social y Promover la reconstrucción del tejido social desde el reciclaje (Chatarrería Andrea Julieth S.A.S, 2022).

1.1.4 Descripción de la estructura organizacional

La estructura organizacional de la chatarrería Andrea Julieth S.A.S, es micro-administrativo, porque es posible referirse a ella de manera general, a su vez que menciona las áreas que la conforman. Teniendo en cuenta que se trata de la gestión financiera, gestión administrativa y gestión operativa.

Gestión financiera. Esta área es la encargada básicamente de toda la administración financiera, es decir, es la que tiene la función dentro de la empresa de ocuparse de la rentabilidad, los gastos y la caja, todo con el fin de que la organización pueda tener los medios para llevar a cabo su objetivo de la manera más satisfactoria posible, además es el área encargada de realizar la debida planificación financiera, entendido como el tipo de actividad de gestión que tiene como finalidad determinar la cantidad necesaria de recursos financieros, su distribución óptima y utilización eficaz.

Gestión administrativa. Es el área encargada de la planeación, organización, dirección y control para el logro de las metas y propósitos planteados por la organización y hacer un buen y adecuado uso de los recursos disponibles.

Gestión operativa. La gestión operativa es quizás el área más importante de todas ya que es la encargada dentro de la empresa de realizar las actividades día tras día, es decir, son todas las acciones o laboras que se ejecutan diariamente por parte de todos los funcionarios, con el

propósito de mantener en pie a la empresa y que esta siga existiendo, creciendo, moviéndose, desarrollándose y avanzando.

Figura 1 Diagrama de organización de la empresa



Nota. Diseño realizado por la autora para la empresa

1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada

La elaboración de una matriz FODA es crucial, ya que esta permite establecer cuáles son los retos a los que se enfrenta la Chatarrería Andrea Julieth, y así mismo saber cómo responder y enfrentar los momentos de crisis, además que permite el buen funcionamiento, crecimiento y desarrollo de la misma, de ahí el uso indispensable de la herramienta DOFA.

Entonces, el diagnóstico inicial de la presente pasantía se llevó a cabo mediante la observación y diálogos con el administrador, colaboradores y clientes de la organización, lo que permitieron extraer y obtener toda la información necesaria. A continuación, se muestra a través de una tabla, utilizando la herramienta de recolección de información DOFA, los datos recogidos de cómo está actualmente la empresa.

Tabla 1 *Matriz DOFA*

DEBILIDADES	OPORTUNIDADES
D1: Recursos económicos limitados	O1: Tecnologías de la información y la Comunicación
D2: Poco uso de herramientas digitales	O2: Maquinaria especializada
D3: Ausencia de imagen corporativa	O3: Gran cantidad de clientela
FORTALEZAS	AMENAZAS
F1: Buen clima organizacional	A1: Alto número de competidores
F2: Óptima atención al cliente	A2: Clientes no fidelizados
F3: Personal idóneo y capacitado	A3: Precios más altos ofrecidos por la competencia

Nota. Elaboración propia

Tabla 2 *Matriz DOFA Cruzada*

CHATARRERIA ANDREA JULIETH S.A.S	
ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
F2 Y O1: Hacer buen uso de las Tecnologías de la información y la Comunicación para mejorar cada vez más la atención al cliente.	D3 y O1: Aprovechar las TIC, para dar a conocer y mostrar la imagen de la empresa.
F3 Y O2: Implementar maquinaria especializada aprovechando el personal idóneo y capacitado.	D2 Y O3: Impulsar el uso de las plataformas digitales para atraer la mayor cantidad posible de clientela

F1 Y O3: Aprovechar el buen clima laboral para atraer mayor número de clientes.	D1 Y O2: Fomentar el uso de maquinarias especializadas con los pocos recursos económicos disponibles
ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
F2 Y A1: Utilizar la buena atención al cliente como elemento sustancial para superar, enfrentar y diferenciarse de los competidores.	D2 Y A2: Lograr la fidelización de los clientes a través del uso de las redes sociales
F1, F3, A2 Y A3: Implementar mejores precios y junto con el servicio del personal capacitado favorezcan la fidelización de los clientes.	D1, D3, A1 Y A3: Fortalecer el uso de imagen corporativa para distinguirse de los demás competidores

Nota. Elaboración propia

1.2.1 Planteamiento del problema

Para toda empresa ya sea grande o pequeña, la imagen que proyecta a su público es fundamental, ya que dependiendo de la imagen que transmiten como institución depende en gran medida la estabilidad, prestigio, reconocimiento, credibilidad y sobre todo el posicionamiento de la marca.

El mundo y la tecnología avanzan cada vez más rápido y de manera acelerada, por lo que se requiere y se hace casi que necesario estar a la vanguardia y actualizado con el mundo de hoy, uno de los avances importantes es el de la mercadotecnia es que presiona y obliga a los pequeños y grandes negocios a actualizarse y hacer por supuesto, un excelente y eficiente uso de las herramientas digitales, todo con el fin de permanecer en el mercado y obtener un posicionamiento y reconocimiento significativo.

La Chatarrería Andrea Julieth S.A.S, a pesar de estar legalmente constituida aún no cuenta con la implementación y existencia de un manual de identidad corporativa (MIC),

Entonces, es ahí donde surge la latente e imprescindible necesidad de poder contar con la creación del mismo, teniendo en cuenta que éste es un documento esencial que reúne y presenta todas las directrices a seguir para tener una imagen coherente y expresar de forma clara y precisa la esencia e identidad corporativa de la organización.

Por otro lado, contar con un MIC trae múltiples beneficios ya que contribuye al reconocimiento, fidelización de la marca, así mismo influye y ayuda a obtener un mayor nivel de posicionamiento, recordación de la marca, identificación y así mismo sirve para diferenciar al negocio de la competencia.

También es importante resaltar el papel fundamental que juega el organigrama dentro de una organización, teniendo en cuenta que es un elemento sustancial y una excelente herramienta para saber y conocer la jerarquización u organización de las áreas, cargos y departamentos dentro de la empresa.

Entonces, si una empresa no cuenta con herramientas tan esenciales como las mencionadas en los párrafos anteriores, difícilmente puede transmitir con eficacia la imagen deseada al público y mucho menos puede conocerse a sí misma, porque el propósito de contar con un Manual de Identidad Corporativa y un organigrama, además de conocerse a sí mismas, darse a conocer, y reflejar el corazón ideológico de la empresa, son herramientas que le permiten a la empresa desarrollarse y crecer de manera exponencial, y es propicio y necesario mencionar, señalar e insistir una vez más en la relevancia que tiene la imagen corporativa y el papel

trascendental e insustituible que juega dentro de las organizaciones. Dependiendo de la imagen y reputación así

1.3 Objetivos de la pasantía

1.3.1 Objetivo general

Diseñar la identidad corporativa de la Chatarrería Andrea Julieth S.A.S

1.3.2 Objetivos específicos

Identificar la información de corazón ideológico e identidad corporativa que se requieren en la organización.

Establecer los elementos y características del corazón ideológico institucional.

Crear los documentos de la identidad y estructura organizacional de la Chatarrería Andrea Julieth S.A.S.

1.4 Descripción de las actividades a desarrollar

Tabla 3 Descripción de las actividades

Objetivo general	Objetivos específicos	Actividades a desarrollar para hacer posible el cumplimiento de los objetivos específicos
	1. Identificar la información de corazón ideológico e identidad corporativa que se requieren en la organización.	1. Observación de campo 2. Crear un acercamiento y dialogo directo con los colaboradores 3. Conocer las funciones de los colaboradores 4. Escuchar y conocer las opiniones de los colaboradores sobre el ambiente laboral deseado

Diseñar la identidad corporativa de la Chatarrería Andrea Julieth S.A.S		5. Mejorar la misión y visión de la organización
	1. Definir los objetivos y valores corporativos	
	2. Establecer los elementos y características del corazón ideológico institucional.	2. Diseñar el nuevo logotipo que identifique a la empresa
	3. Crear los documentos de la identidad y estructura organizacional de la Chatarrería Andrea Julieth S.A.S	1. Diseñar el MIC
		2. Diseñar el Organigrama de la organización
		3. Presentar a toda la organización el MIC

Nota. Elaboración propia

1.5 Cronograma de actividades

Tabla 4 Cronograma de actividades

ACTIVIDADES	MES 1 ABRIL				MES 2 MAYO				MES 3 JUNIO				MES 4 JULIO			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Observación de campo	■	■														
Crear un acercamiento y diálogo directo con los colaboradores		■	■													
Conocer las funciones de sus colaboradores			■													
Mejorar la misión y visión de la organización				■	■	■										
Escuchar y conocer sus opiniones sobre el ambiente laboral					■	■	■									
Definir los objetivos y valores corporativos							■	■								
Diseñar el nuevo logotipo que identificará al negocio									■	■						
Diseñar el MIC											■	■				

Realizar el Organigrama de la organización

Mostrar y presentar a toda la organización el MIC



2. Enfoques referenciales

2.1 Enfoque teórico

2.1.1 El reciclaje en los países desarrollados

Elba Martin (2014), en su artículo titulado *El reciclaje en los países desarrollados* expone que:

Las mayores tasas de reciclado se contemplan en Australia, Alemania y Bélgica, siendo los países que reciclaron la mayor proporción de residuos urbanos en Europa en año 2010. Algunos países han logrado un rápido aumento de las tasas de reciclado, pero Europa sigue desperdiciando grandes cantidades de valiosos recursos enviándolas a los vertederos, muchos países corren el riesgo de incumplir los objetivos de reciclado que exige la ley (pág. 1).

En este sentido, se debe tener en cuenta que “el reciclado ayuda a reducir los gases de efecto invernadero y ayuda a ahorrar recursos gracias al uso de materiales reciclados en vez de materias primas” (Martin, 2014, pág. 1).

2.1.2 Beneficios del reciclado de chatarra

Según la empresa Arcediano Recuperaciones (2021) “el reciclado de residuos metálicos que realizamos las chatarrerías se ha vuelto imprescindible para alcanzar el propósito de las 3 R que todos queremos cumplir: reducir, reutilizar y reciclar” (pág. 1). Se conoce entonces, que con

la efectiva manipulación de estos residuos se contribuye a la reducción en el uso de nuevos metales, reutilizando y dándoles nuevas formas y oportunidades a los viejos; lo que se traduce en la disminución del impacto ambiental.

Entrando a lo ecológico, la empresa anteriormente mencionada, afirma que “evitaremos que acaben abandonados en la naturaleza con el consiguiente impacto medioambiental que tendría su degradación” (Arcediano Recuperaciones, 2021, pág. 1). Dado a que “al reciclar chatarra, se reduce significativamente la contaminación del agua y del aire, de la misma forma que se ahorra un 90% de la energía consumida en elaborar materiales metálicos nuevos como el aluminio” (Arcediano Recuperaciones, 2021, pág. 1).

2.2 Enfoque conceptual

Un **manual de imagen e identidad corporativa** es aquel documento que contiene en sí las directrices que se deben tener en cuenta para mantener el orden sobre la identidad visual de una empresa (Llasera, 2021, pág. 1), es decir, recoge los principales elementos gráficos y explica cómo se deben aplicar visualmente, además, el manual enseña cómo es el logo de la empresa, sus valores, sus objetivos, su tipografía corporativa y la paleta de colores seleccionada, todo con el fin de hacer un uso correcto y adecuado de la imagen de la empresa.

Actualmente, se ha venido hablando mucho sobre la importancia de **reciclar**, pero, ¿qué es realmente el **reciclaje**? Pues bien, se entiende por reciclaje el proceso cuya finalidad es convertir y transformar los materiales para luego convertirlos en nuevos productos, dándoles así

de nuevo vida, y que, de otra manera, serían desaprovechados y tirados a la basura (Sanmartín Ramón , Zhigue Luna, & Alaña Castillo, 2017, pág. 37).

Ahora bien, para continuar es propicio definir que la **chatarra** es “el conjunto de trozos de metal de desecho, principalmente hierro” (Mendoza Gavilan , 2021, pág. 1). Mendoza (2021), menciona a su vez que “la chatarra se utiliza en la producción de acero, y está comprobado que cubre alrededor del 40% de las necesidades mundiales” (Mendoza Gavilan , 2021, pág. 1). Por otro lado, las chatarrerías o también conocidas como recicladoras son establecimientos que se dedican no solamente a la comercialización de chatarra, porque, aunque lleven ese nombre no se limitan solamente a la compra y venta de chatarra, sino que también comercializan otros tipos de metales, como “el aluminio, bronce, cobre, acero y plomo, además de los desechos sólidos aprovechables como el cartón, papel y botellas de plástico” (Barrenechea, González, & Croce, 2003, pág. 4).

Según la Agencia para la Reincorporación y la Normalización (2021), los **residuos sólidos aprovechables** son los materiales que se pueden reciclar, y que “no tienen valor de uso para quienes lo generan pero que si son aptos para el aprovechamiento y reincorporación a un proceso productivo” (pág. 4).

Por otra parte, un **organigrama** es la representación gráfica de la estructura organizacional que posee la empresa, en el cual se muestran las relaciones jerárquicas, los departamentos existentes, así como las funciones de las personas que colaboran en determinada compañía (Vásquez Rojas , 2020, pág. 1). Asimismo, es importante tener en cuenta que el

posicionamiento hace referencia al lugar que ocupa un producto o servicio en la mente de los consumidores, en efecto, es la primera imagen que tienen o se le viene a la mente a las personas apenas piensan o escuchan hablar de determinada marca, para poder lograr esa recordación en la mente de los clientes, las empresas deben realizar una serie de acciones precisamente con el propósito de consolidar de manera eficiente su imagen en el mercado (Ries & Trout, 2010, págs. 5-51).

2.3 Enfoque legal

Ley 1549 de 2012. “Por medio de la cual se fortalece la institucionalización de la política Nacional de educación Ambiental y su incorporación efectiva en el desarrollo territorial” (**Ley 1549, 2012**).

En su artículo 8 dice:

Los Proyectos Ambientales Escolares (PRAE). Estos proyectos, de acuerdo a como están concebidos en la política, incorporarán , a las dinámicas curriculares de los establecimientos educativos de manera transversal, problemas ambientales relacionados con los diagnósticos de sus contextos particulares, tales como, cambio climático, biodiversidad, agua, manejo de suelo, gestión del riesgo y gestión integral de residuos sólidos, entre otros, para lo cual, desarrollarán proyectos concretos, que permitan a los niños, niñas y adolescentes, el desarrollo de competencias básicas y ciudadanas, para la

toma de decisiones éticas y responsables, frente al manejo sostenible del ambiente (Ley 1549, 2012, art. 8).

Resolución 1407 de 2018. El Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible, promulga esta ley “Por la cual se reglamenta la gestión ambiental de los residuos de envases y empaques de papel, cartón, plástico, vidrio, metal y se toman otras determinaciones” (**Resolución 1407, 2018**). La norma, descrita según en 2018 y que entró en vigencia este año ordena que:

Las empresas tienen como fecha límite el 31 de diciembre de 2020 y las compañías que inician a operar en 2021 tendrán hasta el 31 de diciembre de ese año para recoger el 10% de los empaques y envases que dispongan en el mercado nacional (Clúster Impresión y Packaging, 2020, pág. 1).

El objetivo es aumentar la cantidad de residuos que se reciclan y se reutilizan en el país. Actualmente, según datos del Departamento Nacional de Planeación (DNP) en el país “se generaron 12 millones de residuos sólidos en 2019 y solo se recicló el 16,5%.” (Clúster Impresión y Packaging, 2020, pág. 1).

Además, según lo expuesto en la normativa, las empresas deberán invertir en investigación y desarrollo del ecodiseño para cumplir con el proceso y generar así una mayor sensibilización y cultura ciudadana alrededor del adecuado manejo de estos materiales.

Constitución política de Colombia de 1991. En esta constitución se toma el ambiente como un derecho fundamental quedando en el Capítulo 3 “De los derechos colectivos y del ambiente”. Exactamente en sus artículos 79 al 80.

Artículo 79. Todas las personas tienen derecho a gozar de un ambiente sano.

La ley garantizará la participación de la comunidad en las decisiones que puedan afectarlo. Es deber del Estado proteger la diversidad e integridad del ambiente, conservar las áreas de especial importancia ecológica y fomentar la educación para el logro de estos fines (Cap. 3, art. 79).

Artículo 80. El Estado planificará el manejo y aprovechamiento de los recursos naturales, para garantizar su desarrollo sostenible, su conservación, restauración o sustitución. Además, deberá prevenir y controlar los factores de deterioro ambiental, imponer las sanciones legales y exigir la reparación de los daños causados. Así mismo, cooperará con otras naciones en la protección de los ecosistemas situados en las zonas fronterizas (Cap. 3, art. 80).

Ley 115 de 1994. “Por la cual se expide la ley general de educación” (**Ley 115, 1994**)

Artículo 5. Consagra como uno de los fines de la educación la adquisición de una conciencia para la conservación, protección y mejoramiento del medio ambiente, de la

calidad de vida, del uso racional de los recursos naturales, de la prevención de desastres, dentro de una cultura de la nación (Ley 115, 1994, art. 5).

Artículo 78. Se habla de los “Lineamientos Curriculares para el área de ciencias naturales y educación ambiental” (Ley 115, 1994, art. 78).

Ley 99 de 1993. Ley General Ambiental de Colombia

Por medio de esta ley se creó el Ministerio del Medio Ambiente, el ordenamiento ambiental territorial como “la función atribuida al Estado de regular y orientar el proceso de diseño y planificación de uso del territorio y de los recursos naturales renovables de la Nación, a fin de garantizar su adecuada explotación y su desarrollo sostenible” (Ley 99, 1993, art. 7).

3. Informe de cumplimiento de trabajo

3.1 Presentación de resultados

Para la presentación de los resultados de este proyecto, se tendrán en cuenta principalmente los objetivos específicos que fueron planteados al inicio de la pasantía y, por ende, desarrollados y ejecutados durante la misma.

3.1.1 Objetivo Especifico No. 1. Identificar la información de corazón ideológico e identidad corporativa que se requieren en la organización

1. Observación de campo. En primera instancia, se tuvo en cuenta el diario de observación de campo, teniendo conocimiento que se trata de una herramienta excelente y sustancial para la recopilación de la información necesaria, además de ser un método flexible que permite comprender, observar e interactuar con las personas en su entorno natural.

La observación de campo nos permite conocer a profundidad las necesidades y falencias de una empresa, es decir, que permite conocer los puntos claves y aspectos que se deben mejorar para lograr el desarrollo, crecimiento de la empresa y por ende llevar a la organización a un nivel mucho más alto. De manera que la observación implica de cierta forma relacionarse directamente con el objeto a estudiar, el involucrarse hace parte de este método de investigación, ya que al estar involucrado en el entorno natural se hace más factible aparte de que hay una mayor posibilidad de obtener la información correctamente.

Un descubrimiento interesante que se encontró en la realización de la observación es la calidad de servicio y la buena atención al cliente que la organización le brinda a la comunidad en general, puesto que este es un factor realmente vital que le ha permitido a la empresa lograr muchas metas y cumplir de igual forma con todos sus objetivos propuestos.

Al realizarse el diario de campo en la Chatarrería Andrea Julieth S.A.S, también se encontró que, a pesar de estar legalmente constituida, pagar sus debidos impuestos y estar al día con todos y cada uno de los requerimientos y exigencias impuestos por parte del Estado colombiano, en efecto, la empresa no contaba todavía con un Manual de Identidad Corporativa, tampoco tenían un Organigrama, muchos menos tenían objetivos empresariales definidos, además la misión y visión eran un poco desactualizados e inconsecuentes, estos fueron los principales hallazgos encontrados inmediatamente al momento de realizar el diario de observación (**Ver Apéndice A, Apéndice B y Apéndice C**).

2. Crear un acercamiento y dialogo directo con los colaboradores. Para conocer y lograr identificar la información de corazón ideológico e identidad corporativa es necesario el establecimiento de un vinculo o bien sea un acercamiento directo con cada uno de los colaboradores de la organización misma, puesto que en gran parte son ellos precisamente los que reflejan y transmiten la esencia de la organización, dependiendo de su comportamiento con los clientes y demás, así como sus actitudes frente a situaciones complejas o de alta tensión que se puedan presentar dentro de la organización, sus conductas no solo dentro sino también fuera del

lugar de trabajo hablan mucho de la empresa, ya que ellos son integrantes y parte indispensable de la misma.

En algunos casos, se podría afirmar que todo lo mencionado en el párrafo anterior depende y tiene mucho que ver con la relación o el trato que los líderes y jefes de las empresas le transfieren a sus colaboradores, de hecho, es viable afirmar que este es el caso de la Chatarrería Andrea Julieth S.A.S, donde los colaboradores reflejan claramente el trato que reciben de sus jefes. Entonces, de ahí la importante necesidad de entablar el dialogo con los colaboradores de la empresa, ya que por medio del mismo se pudo conocer que realmente los jefes tratan con mucho respeto y amabilidad a cada uno de los trabajadores, que procuran aportar al crecimiento no solo laboral sino también personal, creando siempre un puente de comunicación asertiva, donde cada trabajador puede expresar libremente sus inconformidades, opiniones, inquietudes y comentarios constructivos.

Los trabajadores afirman que se sienten plenos, seguros, confiados y contentos en sus trabajos, y no solo basta con escuchar sus palabras, sino incluso más interesante que eso, es ver la pasión y entrega con la que se desempeñan en el desarrollo y ejecución de sus labores.

3. Conocer las funciones de sus colaboradores. Con el objetivo de saber y conocer las funciones que desempeña cada trabajador dentro de la organización, se inició con el proceso de entrevistas, dicha entrevista consistía en preguntarle a cada colaborador o entrevistado

individualmente, cuál es la labor que desempeña dentro de la Chatarrería Andrea Julieth S.A.S, obteniendo como respuestas las siguientes; dos trabajadores son los encargados de atender a los clientes, recibirles el material, seleccionarlos, y posteriormente proceden a pesar cada cantidad de material, otra persona es la encargada de apuntar y realizar la factura a cada cliente, luego se le entrega la factura a cada cliente y este se acerca a la caja, donde está otro colaborador de la empresa esperándolo para atenderlo, también hay trabajadores que se dedican a la selección de los diferentes materiales, como por ejemplo, las botellas plásticas, el cartón, el papel, algunos metales como el aluminio, la chatarra, cobre, bronce, acero, entre otros, hay un trabajador por cada material a seleccionar.

Hay un contador, encargado de llevar toda la parte contable, es decir, este profesional debe ordenar las operaciones de la empresa, y estar atento de las obligaciones fiscales, el auxiliar contable es el encargado de la atención a los clientes y tareas administrativas, además de la monitorización de cuentas y supervisión de presupuestos, además está el representante legal de la empresa y el administrador o gerente.

Es conveniente recalcar que conocer cada una de las funciones y cargos de los trabajadores es crucial y sustancial para comprender la estructura empresarial y así mismo poder realizar el diseño de la estructura organizacional (Organigrama), es precisamente con esa información suministrada por parte de los colaboradores que se logró crear y diseñar el organigrama institucional, el cual tiene un estilo sencillo y es fácil de entender. En efecto, un organigrama cuenta con una estructura que facilita su entendimiento, y no se requiere de una larga explicación para comprenderlo (**Ver Apéndice E**)

4. Escuchar y conocer las opiniones de los colaboradores sobre el ambiente laboral

deseado. La comunicación interna es la que está encargada de mantener una buena relación con los trabajadores de una empresa, la idea es fomentar la comunicación entre los miembros que componen el negocio y de alguna forma motivarlos para que desempeñen con eficacia sus tareas, el clima y ambiente organizacional son un incentivo y parte importante en la empresa.

Los trabajadores manifestaron que el ambiente laboral es bueno, que es amena la relación que tienen dentro de la organización y no solo entre ellos mismos sino también con los jefes, pues son personas que se han mostrado abiertas al diálogo y a la comunicación, los empleados afirmaron que son tratados con dignidad y respeto, que se sienten agradados con el trato recibido por parte de los jefes pero que un comentario o recomendación a manera general es que sí les gustaría tener por lo menos 2 veces al año algún tipo de integración o evento recreativo que los recargue de energía y les permita salir de la rutina diaria.

No obstante, la empresa deberá realizar un buen trabajo en esta parte de encuentros recreacionales dirigidos a sus empleados, siendo consciente y teniendo presente que existen causas que afectan notable y considerablemente la productividad de sus colaboradores, dentro de los cuales se encuentran principalmente la falta de motivación, capacitación, comunicación y liderazgo, y es por este motivo que la organización debe procurar siempre prestar especial atención y mejorar cada vez más las relaciones interpersonales entre los trabajadores ya que estos constituyen el componente principal para alcanzar los objetivos de la empresa.

5. Realizar una mejora a la misión y visión de la organización. Para toda empresa la misión y visión hacen parte del corazón ideológico de la organización, la misión es la razón de ser, es la que expresa la razón y motivo por la que existe la compañía, describe su actividad y a que se dedica, la misión es tan importante que refleja precisamente cuales serán las funciones y beneficios que traerá la empresa consigo no solo para ella misma sino también explica de qué forma podría contribuir al bien común o general.

Por otro lado, la visión define la proyección de la compañía, expresa claramente las metas que desean y procuran alcanzar a mediano y largo plazo. Al observar minuciosa y detenidamente la misión y visión de la Chatarrería Andrea Julieth S.A.S. se encontró que evidentemente estos eran incoherentes o que no estaban actualizados y por ende, no transmitían de manera clara la razón de ser y proyecciones de la empresa, es por eso que se tuvo en cuenta la realización de una mejora o bien se podría decir una actualización de la misión y visión institucional, ya que es fundamental renovarla con el fin de estar actualizados y a la vanguardia de la sociedad.

Entonces con el fin de transmitir y reflejar una imagen mucho más coherente, de la Chatarrería Andrea Julieth, se hizo necesaria la debida y adecuada actualización de esta parte que si bien se pudo notar que no era tenida muy en cuenta y mucho menos le daban la verdadera relevancia que merecía, porque en realidad si estaba necesitando de una mejora de manera urgente (**Ver Apéndice F**)

3.1.2 Objetivo específico No. 2: Establecer los elementos y características del corazón ideológico institucional

1. Definir los objetivos y valores corporativos. Los objetivos dentro de la organización son elementos básicos y necesarios que buscan recordarle a la empresa cuales son los propósitos y las metas que deben cumplir, y sobre todo la responsabilidad que tienen no solo con ellos mismos sino también con la comunidad en la que la cual se encuentren y desempeñen.

Para definir los objetivos y valores institucionales de la Chatarrería Andrea Julieth se tuvo en cuenta principalmente su actividad comercial, es decir, para poder establecer unos objetivos y valores acordes y coherentes a la empresa es necesario tener en cuenta la actividad principal que ejerce la organización.

Siendo así, los objetivos planteados por la empresa son los siguientes; lograr el desarrollo del entorno económico y social con mayor responsabilidad, brindar la oportunidad de reciclar a toda la comunidad en general, garantizar el cuidado, respeto y protección del medio ambiente, realizar las actividades con responsabilidad social y promover la reconstrucción del tejido social desde el reciclaje. Eso en cuanto a los objetivos, ahora bien, los valores corporativos son todos aquellos principios fundamentales con los que se definen los criterios de la empresa con respecto a la forma de trabajo, la colaboración interpersonal y el bienestar de los empleados, los valores son elementos únicos y exclusivos de cada negocio y corresponden a su cultura organizacional.

Siendo así los valores intrínsecos y propios de la chatarrería Andrea Julieth son los siguientes; Respeto: respetamos a todas las personas por igual, entendiendo que cada ser humano

es único y digno de ser valorado y respetado. Integridad: somos honestos, éticos y buscamos hacer siempre lo correcto evitando afectar los intereses de los demás individuos.

Responsabilidad: asumimos y nos hacemos responsables de nuestras decisiones, acciones y resultados. Confianza: transmitimos esperanza. Comunicación: reconocemos que la comunicación es la base y el pilar esencial de la sociedad humana en todos los ámbitos de la vida cotidiana. Impacto: queremos dejar una huella ecológica a la nueva generación sobre el cuidado y protección al medio ambiente. Transparencia: actuamos de manera clara. Al servicio de todos: nos apasiona servir a todos los seres humanos, no hacemos acepción de personas, todo lo contrario, promovemos la igualdad y la inclusión social (**Ver Apéndice G**).

2. Diseñar el nuevo logotipo que identifique a la empresa. Como ya se ha mencionado anteriormente, la empresa no contaba con el diseño e implementación de un logotipo que le permitiera ser identificada y diferenciada, por lo que urgía y persistía la necesidad de diseñar el logotipo con el fin de favorecer, mejorar y visibilizar así la imagen de la compañía.

El logo de la Chatarrería Andrea Julieth, es un diseño, fresco y sobrio, está conformado por el nombre de la empresa, además contiene el icono representativo de la naturaleza o reciclaje, y dentro del icono van las 3 tuercas, las cuales hacen alusión a la regla de las 3 erres: reducir, reutilizar y reciclar. A su vez, encontramos también el eslogan representativo de la organización. Dentro de los diferentes tipos de logos que existen este se caracteriza por ser un Imagotipo, ya que está conformado por un icono y el nombre de la marca.

La tipografía empleada en el diseño y creación del logotipo es la siguiente: la palabra Chatarrería, va en mayúscula sostenida y sin tilde, el eslogan usa el mismo tipo de fuente y el nombre de la fuente utilizada es Oswald, el nombre Andrea Julieth, va en Mayúscula la inicial de cada nombre y el resto en minúscula y el tipo de fuente utilizada se llama Birds of Paradise. Cabe recordar que el uso de esta tipografía es de carácter obligatorio y no puede ser sustituida por ninguna tipografía, solo en caso de que exista un rediseño de la misma y que sea previamente aprobada por la empresa.

Dentro del diseño del logo se encuentra también incorporado el eslogan que tiene la función de comunicar y transmitir la visión real de la compañía, sin embargo, su uso no es de carácter obligatorio, si bien la frase es un acompañante del logo, hay excepciones en las cuales su uso no se requiere, por ejemplo, en situaciones extremadamente formales o temas jurídicos su uso no es necesario. El eslogan está alineado directamente con los valores y las metas de la Chatarrería Andrea Julieth S.A.S. El eslogan debe estar ubicado debajo del nombre de la empresa, es decir, que cuando se desee utilizar debe estar dentro del área de protección del logotipo.

3.1.3 Objetivo específico No. 3: Crear los documentos de la identidad y estructura organizacional de la Chatarrería Andrea Julieth S.A.S

1. Diseñar el Manual de Imagen Corporativa. La imagen corporativa, es realmente indispensable para toda organización, ya que hace referencia precisamente a la imagen que se quiere proyectar, y así mismo la idea o concepto que el público tiene de la empresa.

Para llevar a cabo eficientemente la realización del diseño del manual se tuvo en cuenta en primera instancia toda la información obtenida tanto de los colaboradores y demás funcionarios así como los diarios de campo realizados al interior de las instalaciones de la Chatarrería, por consiguiente, la Chatarrería Andrea Julieth S.A.S. al contar con este manual le permite identificarse y proyectar la imagen deseada al público, es por eso que este manual pretende ayudar a mostrar de manera clara y precisa la imagen de la organización, por otro lado, busca también explicar las diferentes formas de uso que se le debe dar a la imagen de la empresa.

Por otra parte, es importante señalar que la correcta aplicación que hagan del manual de identidad corporativa de la Chatarrería, garantiza en gran medida la obtención de una imagen mucho más atractiva, diferente, innovadora y de fácil reconocimiento.

En el **Apéndice D**, se pueden apreciar capturas del diseño realizado; asimismo, con ayuda de una plataforma digital, se logro dar visualización virtual al manual, a continuación, se anexa el enlace:

2. Diseñar el Organigrama de la organización. Es importante recordar que el organigrama es una representación gráfica de la estructura de la empresa, que incluye las estructuras departamentales y hacen un esquema sobre las relaciones jerárquicas.

El organigrama es parte fundamental de la organización, quizás la Chatarrería Andrea Julieth, no tenia en cuenta la importancia del mismo, por falta de conocimiento en ese tema, y la

ausencia de un profesional encargado, sin embargo, durante el proceso de pasantía se les enseñó y guio un poco acerca de la importancia que tiene esa parte tan esencial en la organización.

Para realizar el diseño del organigrama o estructura organizacional, como ya se mencionó anteriormente, fue necesario preguntarle a cada colaborador sus funciones, pues precisamente con esa información suministrada por parte de los colaboradores fue que se logró crear y diseñar el organigrama de la chatarrería, el mismo presenta un estilo sencillo y de muy fácil entendimiento. En dicho organigrama se muestran de manera ilustrada todas las partes o áreas que integran y componen la empresa, es decir, se muestra a grosso modo y de manera ejemplificada la estructura u organización empresarial.

3. Presentar a toda la organización el Manual de identidad Corporativa. La imagen lo es todo para una organización, la imagen habla por si sola y de acuerdo al concepto o imagen que las personas tengan sobre la empresa esta influye directamente en la credibilidad, prestigio y sostenibilidad del negocio, es por eso que se debe hacer un buen y excelente uso de la imagen corporativa, porque dependiendo de la calidad de la imagen que proyecten como empresa así mismo serán tratados por los clientes.

Para dar el respectivo cumplimiento a esta actividad en mención, fue necesario realizar una reunión con todos los colaboradores, funcionarios y equipo de trabajo en general de la Chatarrería Andrea Julieth, todo con el propósito de presentarles y darles a conocer el Manual de Imagen Corporativa que fue diseñado única y exclusivamente para la empresa, además de ello, fue necesario conocer primeramente la aprobación y satisfacción por parte de los jefes, y del

mismo modo saber si tenían alguna recomendación o querían que fuera añadido alguna otra cosa, para luego sí ser implementado por todos los integrantes de la empresa. Cabe resaltar una vez más que el Manual es una herramienta esencial que le permite a la empresa identificarse de los demás y fortalecer así mismo su imagen corporativa e institucional.

Por otro lado, tanto los jefes e igualmente los colaboradores mostraron gran alegría y agradecimiento por la pieza comunicativa diseñada, manifestaron estar agradados con el mismo, además de asegurar de que les ayudara a todos a generar un mayor sentido de pertenencia por la empresa en la que laboran, pues teniendo en cuenta la ausencia de una Oficina de Comunicaciones, que si bien no está dentro de los planes de crearse a corto o mediano plazo, aseguran que el Manual les será de gran ayuda mientras se lleva a cabo la implementación de dicha Oficina.

4. Diagnóstico final

Al iniciar el proceso de ejecución del plan de trabajo se pudo evidenciar que el área de comunicación para nada era tomada en cuenta, y es que la problemática en parte radicaba precisamente en la falta de presencia de un profesional experto que los guiara en el tema, pues sin duda alguna la falta de conocimientos acerca de temas tan relevantes e imprescindibles dentro de la organización como lo es la comunicación, le estaba ocasionando serios problemas, afectando considerablemente la imagen corporativa de la empresa. Teniendo en cuenta que no consideraban necesarias ni funcionales las diferentes estrategias o herramientas de comunicación.

Como ya se ha mencionado anteriormente la imagen institucional juega un papel trascendental dentro de las organizaciones, y la Chatarrería Andrea Julieth, antes de iniciar el proceso de pasantía no contaba con su manual de imagen, de hecho, ni siquiera sabían para qué servía ni de qué trataba realmente dicho manual, mucho menos contaban con un organigrama, sus objetivos y valores corporativos no estaban definidos, por otro lado, la misión y visión requerían urgente de una mejora, así las cosas, las falencias de comunicación eran más que evidentes.

Para poder llegar a esta tesis, en el presente trabajo se tomó como instrumentos de recolección de información los diarios de observación de campo y las entrevistas libres o espontáneas, que no necesariamente requerían de un cuestionario previamente estructurado, sino

mas bien se trataba de un dialogo abierto y flexible que permitiera conocer a profundidad las necesidades y aspectos a mejorar dentro de la institución.

El trabajo se adecuó precisamente a las necesidades y falencias más sobresalientes que estaba presentando la empresa, teniendo en cuenta que no contaban con la implementación de los aspectos mencionados en líneas anteriores y que son supremamente relevantes para poder crecer como compañía. El dialogo entablado y establecido inicialmente con todos los empleados de la empresa permitió conocer además el clima organizacional y ambiente laboral y como les gustaría que mejorara en un futuro, pues, aunque a simple vista la comunicación interna aparentemente se veía bien, si había algunos aspectos que se estaban presentando y según los empleados les gustaría que se pudieran mejorar para funcionar cada vez mejor como empresa.

Por ultimo y ya para finalizar, el diseño y creación del manual de Identidad Corporativa, además del organigrama y demás elementos fueron muy bien recibidos por parte de los empleados y demás funcionarios de la Chatarrería quienes aseguraron que realmente a partir del trabajo realizado durante el periodo de la Pasantía le darán el valor que realmente merece el área de las comunicaciones, pues entendieron que la base de todo es la comunicación y que si esta falla o no funciona de la manera correcta pues la empresa tampoco funcionará completamente bien.

5. Conclusiones

De acuerdo a la realización del presente trabajo es apropiado y adecuado concluir que es importante la creación, implementación y diseño de un Manual de identidad corporativa, dentro de todas las organizaciones sean grandes o pequeñas ya que el contar con esta herramienta comunicativa contribuye de manera significativa a la comunicación interna y externa, además le permite a la empresa emplear un mismo lenguaje institucional, a su vez que le permite direccionar las funciones concernientes al área de comunicación.

El diseño del Manual es tan importante que se trata precisamente de la primera impresión que la empresa le da a las personas, es decir, su imagen, entonces de ahí la necesidad de poder contar con esta pieza comunicativa tan valiosa, aparte de que puede ayudar a mejorar y mitigar las problemáticas que se puedan seguir presentando referentes al área de la comunicación.

Ahora, la estructura organizacional es otro componente elemental dentro de la compañía, pues hace referencia a la representación gráfica de la estructura organizacional, en otras palabras, se refiere al orden jerárquico que posee la empresa, por lo que explica de manera sintetizada y ejemplificada las áreas o departamentos existentes, todo con el objetivo de dar una explicación mucho mas sencilla de la organización de la empresa. Los objetivos, valores corporativos, misión y visión son otra parte sustancial que le permite a la empresa estar ubicada, conocer sus objetivos, razón de ser y propósitos de existir, así como las responsabilidades que tienen con el interés común y colectivo.

En conclusión, se logró con el propósito de dar cumplimiento a cada uno de los objetivos planteados en el plan de trabajo, el primer objetivo que buscaba poder identificar la información de corazón ideológico e identidad corporativa que se requieren en la organización, a través de una investigación ardua y exhaustiva permitió conocer de primera mano e identificar toda la información necesaria para concluir que evidentemente existía la necesidad de realizar una mejora a la misión y visión institucional, además que los objetivos y valores corporativos no estaban establecidos.

Por otro lado, en el segundo objetivo se buscaba establecer los elementos y características del corazón ideológico institucional, y en respuesta o cumplimiento a este objetivo, se realizó la respectiva mejora y actualización de la misión y visión de la empresa, además de definir los objetivos y valores corporativos.

En el tercer y ultimo objetivo se planteó Crear los documentos de la identidad y estructura organizacional de la Chatarrería Andrea Julieth S.A.S, por lo que el diseño del Manual de imagen corporativa y la creación de la representación gráfica es precisamente el cumplimiento de este objetivo, en el manual, se muestran los usos correctos de la marca, su tipografía, sus aplicaciones, entre otros puntos importantes y necesarios a tener en cuenta para darle un buen uso a la imagen corporativa y así lograr un mayor posicionamiento, reconocimiento, credibilidad y crecimiento empresarial, por otra parte el diseño del organigrama también es parte del cumplimiento del presente objetivo.

6. Recomendaciones

Una recomendación general es que se siga implementando de manera constante y persistente el Manual de Identidad corporativa, teniendo en cuenta el impacto positivo que genera dentro de la organización tanto en el clima y cultura organizacional, así como también fortalecer y mostrar la imagen coherente y organizada de la empresa, a continuación, algunas recomendaciones específicas.

De igual forma, es recomendable contratar a un profesional de Comunicación Social, así sea de medio tiempo que los oriente y asesore sobre los temas comunicativos de la organización, teniendo claridad de la participación tan importante del especialista y como ayudaría de manera significativa a la empresa a entender mejor los procesos comunicativos.

Se recomienda mantener un buen ambiente y clima organizacional en la empresa, orientando a los empleados y demás funcionarios la importancia de la comunicación dentro de la empresa y como esta puede ser un aliciente en el entorno laboral.

Se recomienda también mantener siempre actualizadas la misión y visión institucional.

Referencias

- Agencia para la Reincorporación y la Normalización . (2021). *PLAN DE GESTIÓN INTEGRAL DE RESIDUOS SÓLIDOS Y PELIGROSOS*. Obtenido de <https://www.reincorporacion.gov.co/es/agencia/Documentos%20de%20Siger/Documentos%20por%20Proceso/16.%20Gesti%C3%B3n%20Administrativa/2.%20Manuales/GA-M-04%20Plan%20Gest%20Int%20Res%20Sol%20y%20Pelig%20PGIRS%20%E2%80%933%20RESPEL%20V2.pdf>
- Arcediano Recuperaciones. (6 de Julio de 2021). *Beneficios del Reciclado de Chatarra*. Obtenido de <https://www.arcedianorecuperaciones.com/blog/beneficios-reciclado-chatarra/>
- Barrenechea, P., González, I., & Croce, C. (2003). *Materiales Recicables de Residuos Sólidos Urbanos*. Obtenido de https://cempre.org.uy/docs/biblioteca/030828_Informe_Final_de_Mercados_Barrenechea.pdf
- Chatarrería Andrea Julieth S.A.S. (2022).
- Clúster Impresión y Packaging. (2020). *Así cambiará el reciclaje en Colombia tras entrada en vigencia de una norma*. Obtenido de <https://www.ccb.org.co/Clusters/Cluster-Impresion-y-Packaging/Noticias/2020/Noviembre-2020/Asi-cambiara-el-reciclaje-en-Colombia-tras-entrada-en-vigencia-de-una-norma#:~:text=El%20paso%20a%20paso%20para,dispongan%20en%20el%20mercado%20nacional.>

- Congreso de la República de Colombia . (s.f.). *Cap. 3, art. 79*. Obtenido de <https://pdba.georgetown.edu/Constitutions/Colombia/colombia91.pdf>
- Congreso de la República de Colombia. (art. 5). *Ley 115, 1994*. Obtenido de https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-85906_archivo_pdf.pdf
- Congreso de la República de Colombia. (art. 7). *Ley 99, 1993*. Obtenido de <http://www.humboldt.org.co/images/documentos/pdf/Normativo/1993-12-22-ley-99-crea-el-sina-y-mma.pdf>
- Congreso de la República de Colombia. (art. 78). *Ley 115, 1994*. Obtenido de https://www.mineducacion.gov.co/1621/articles-85906_archivo_pdf.pdf
- Congreso de la República de Colombia. (art. 8). *Ley 1549, 2012*. Obtenido de <https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=48262>
- Congreso de la República de Colombia. (s.f.). *Cap. 3, art. 80*. Obtenido de <https://pdba.georgetown.edu/Constitutions/Colombia/colombia91.pdf>
- Llasera, J. P. (2021). *Manual de identidad: Qué es y cómo realizar uno de forma correcta*. Obtenido de <https://imborrable.com/blog/manual-de-identidad/>
- Martin, E. (2014). El reciclaje en los países desarrollados. *BlogSEAS*. Obtenido de https://www.seas.es/blog/energias_renovables/el-reciclaje-en-los-paises-desarrollados/
- Mendoza Gavilan , B. (2021). *La chatarra*. Obtenido de http://www.mades.gov.py/wp-content/uploads/2021/05/1476_RIMA_2021_ACOPIO-DE-MATERIALES-RECICLABLES.pdf
- Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible. (s.f.). *Resolución 1407, 2018*. Obtenido de <https://www.andi.com.co//Uploads/RES%201407%20DE%202018.pdf>

- Ries, A., & Trout, J. (2010). *Posicionamiento: la batalla por su mente*. Obtenido de <https://www.uv.mx/cendhiu/files/2018/02/Posicionamiento-la-batalla-por-su-mente.pdf>
- Sanmartín Ramón , G. S., Zhigue Luna, R. A., & Alaña Castillo, T. P. (2017). *El Reciclaje: Un nicho de innovación y emprendimiento con enfoque ambientalista*. Obtenido de <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v9n1/rus05117.pdf>
- Vásquez Rojas , C. (2020). *Estructura organizacional, tipos de estructura y organigramas*. Obtenido de <https://www.gestiopolis.com/estructura-organizacional-tipos-organizacion-organigramas/>

Apéndices

Apéndice A. Diario de Observación relacionado al estado de la imagen corporativa y el posicionamiento de la Chatarrería Andrea Julieth S.A.S.

DIARIO DE OBSERVACIÓN	
Nombre del observador	Andrea Julieth Piñuela Hernández
Lugar	Chatarrería Andrea Julieth S.A.S.
Hora	7: 30 am – 5:00 pm
Fecha	25 de abril 2022
Ciudad	Bosconia Cesar
Temática	Estado de la imagen corporativa y posicionamiento.

Descripción

La imagen corporativa es esencial dentro de una empresa, tanto así que juega un papel sumamente trascendental, porque es lo que proyecta y refleja al exterior, actualmente muchas compañías han entendido el valor de mostrar y reflejar de manera adecuada, clara y concreta la imagen de su marca, conociendo la cantidad de ventajas y beneficios que le traerán a su negocio. El día de hoy se pudo notar que la Chatarrería Andrea Julieth no cuenta con una imagen corporativa, por lo que difícilmente puede transmitir y reflejar su propia imagen, entonces, por tal motivo el público no sabe a qué se dedica exactamente y mucho menos puede conocer sus valores como institución.

Evidentemente la imagen corporativa no es algo a lo que la Chatarrería le preste la debida atención y valor que realmente merece, pues el que no cuenten con la existencia de una oficina de comunicaciones no quiere decir que no deban tener en cuenta el diseño e implementación de una imagen institucional, ya que la imagen de la organización es básicamente lo principal y más importante dentro del área de comunicación organizacional.

El posicionamiento está estrechamente ligado a la imagen corporativa, si la empresa no cuenta con imagen posiblemente no tenga reconocimiento, prestigio, credibilidad y mucho menos logre la fidelización por parte de las personas que visitan su negocio y están interesados en adquirir sus productos y/o servicios.

Interpretación

Realizando un análisis de lo mencionado anteriormente hay elementos que afectan de manera negativa y considerable la comunicación en la empresa, pues su comunicación externa es prácticamente nula, Por lo que no cuentan con un modelo de imagen corporativa, por otro lado, tampoco cuentan con una oficina de comunicaciones y un equipo de trabajo que se encargue de todo lo concerniente al área de comunicaciones dentro de la empresa.

Apéndice B. Diario de Observación relacionado con la estructura organizacional de la empresa

DIARIO DE OBSERVACIÓN	
Nombre del observador	Andrea Julieth Piñuela Hernández
Lugar	Chatarrería Andrea Julieth S.A.S.
Hora	7: 30 am – 5:00 pm
Fecha	28 de abril 2022
Ciudad	Bosconia Cesar
Temática	Estructura organizacional de la empresa.

Descripción

Cuando se habla de estructura organizacional se hace referencia a la representación grafica o al diseño mismo de la jerarquización empresarial, el día de hoy al entrar en las instalaciones de la Chatarrería, solo se podía observar en unos cuadros la misión y visión institucional, ubicados en la oficina principal de la empresa, al preguntarle a la auxiliar contable sobre qué otros documentos de la empresa poseían en cuanto a temas comunicativos, contestó que solamente esos eran los documentos que existían, además se le preguntó que si habían considerado la idea de realizar alguna vez un organigrama de la empresa a lo que contestó que no sabia ni siquiera de qué se trataba un organigrama.

Interpretación

El área comunicativa, se encontraba en total descuido y abandono, pues la falta de información y educación acerca de temas comunicacionales era algo totalmente nuevo o desconocido para la organización.

Apéndice C. Diario de Observación relacionado con el clima laboral y ambiente organizacional

DIARIO DE OBSERVACIÓN

Nombre del observador	Andrea Julieth Piñuela Hernández
Lugar	Chatarrería Andrea Julieth S.A.S.
Hora	7: 30 am – 5:00 pm
Fecha	02 de mayo 2022
Ciudad	Bosconia Cesar
Temática	clima laboral y ambiente organizacional.

Descripción

El ambiente y clima organizacional, son partes claves que favorecen en gran manera el cumplimiento de las metas y objetivos propuestos dentro de la organización, están por supuesto estrechamente ligados al proceso de comunicación dentro de la empresa, pues si existe una buena comunicación y relación entre los empleados y funcionarios existirá también un excelente y adecuado ambiente de trabajo.

Por otro lado, si la comunicación es deficiente o no existe un buen clima organizacional, los empleados no trabajarán completamente bien, pues habrá distractores y barreras que los limiten y le impidan llevar a cabo de manera eficiente sus obligaciones y tareas.

Al observar de forma detenida se puede notar que la comunicación dentro de la Chatarrería Andrea Julieth es buena, pues los funcionarios se tratan con respeto y se nota que disfrutan de su ambiente laboral, sin embargo, aseguran que en algunas ocasiones se han presentado inconvenientes, teniendo así diferencias entre ellos mismos, lo que claramente es una falla en el proceso comunicativo.

Interpretación

El ambiente y entorno laboral juegan un papel muy importante en la empresa, que contribuye de manera efectiva al logro y cumplimiento de los objetivos a cumplir, por eso se debe prestar atención, reforzar y generar siempre un ambiente laboral sano para todos los empleados.

Apéndice D. Manual de Imagen Corporativa de la Chatarrería Andrea Julieth S.A.S.



INTRODUCCIÓN

La imagen corporativa, es realmente indispensable para toda organización, ya que hace referencia precisamente a la imagen que se quiere proyectar, y así mismo la idea o concepto que el público tiene de determinada empresa.

A nivel mundial, la gran mayoría de organizaciones ya cuentan con su propio manual de imagen, porque han entendido el papel trascendental que éste juega dentro de la empresa, teniendo en cuenta que contribuye de manera directa al logro efectivo de crecimiento, desarrollo y posicionamiento dentro del mercado.

Por consiguiente, la Chatarrería Andrea Julieth S.A.S. al contar con este manual le permite identificarse y proyectar la imagen deseada al público, es por eso que este manual pretende mostrar de manera clara y precisa la imagen de la organización, por otro lado, busca también explicar las diferentes formas de uso que se le debe dar a la imagen de la empresa.

Por otra parte, cabe resaltar y mencionar que la correcta aplicación de este manual de identidad corporativa de la Chatarrería, garantiza en gran medida la obtención de una imagen mucho más atractiva, diferente, innovadora y de fácil reconocimiento.

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN

1 ESTRUCTURA DEL LOGOTIPO

- 1.1 Presentación y descripción del logotipo
- 1.2 Eslogan
- 1.3 Área de protección
- 1.4 Misión y visión
- 1.5 Valores corporativos
- 1.6 Objetivos institucionales

2 TIPOGRAFÍA

- 2.1 Tipografías principales
- 2.2 Tipografías secundarias

3 COLOR

- 3.1 Colores institucionales

4 USABILIDAD

- 4.1 Tamaño mínimo
- 4.2 Variaciones del logotipo
- 4.3 Usos no permitidos
- 4.4 usos no permitidos
- 4.5 Usos permitidos
- 4.6 Escala de grises y alto contraste

5 APLICACIONES

- 5.1 Papelería de oficina
- 5.2 Membrete
- 5.3 Tarjeta de presentación
- 5.4 Carné institucional
- 5.5 Uniformes corporativos
- 5.6 Pendón
- 5.7 Objetos promocionales

LOGOTIPO CORPORATIVO

El logo de la Chatarrería Andrea Julieth, es un diseño, fresco y sobrio, esta conformado por el nombre de la empresa, además contiene el icono representativo de la naturaleza o reciclaje, y dentro del icono van las 3 tuercas, las cuales hacen alusión a la regla de las 3 erres: reducir, reutilizar y reciclar. A su vez, encontramos también el eslogan representativo de la organización.

Dentro de los diferentes tipos de logos que existen este se caracteriza por ser un Imagotipo, ya que está conformado por un icono y el nombre de la marca.

1.1



CHATARRERIA
Andrea Julieth
CUIDEMOS JUNTOS EL PLANETA

1.2

ESLOGAN

El eslogan comunica y trasmite la visión real de la compañía sin embargo, su uso no es de carácter obligatorio, si bien la frase es un acompañante del logo, hay excepciones en las cuales su uso no se requiere, por ejemplo, en situaciones extremadamente formales o temas jurídicos su uso no es necesario.

El eslogan está alineado directamente con los valores y las metas de la Chatarrería Andrea Julieth S.A.S. El eslogan debe estar ubicado debajo del nombre de la empresa, es decir, que cuando se desee utilizar debe estar dentro del área de protección del logotipo.



**CUIDEMOS
JUNTOS EL PLANETA**

1.3



EL LOGOTIPO ÁREA DE PROTECCIÓN

El área de protección hace referencia precisamente al espacio que se tiene que respetar si se pretende colocar cualquier otro objeto cercano al logotipo.

La distancia mínima que se debe respetar en los 4 diferentes costados del logo es de 1 centímetro. Ningún otro elemento puede estar encima o dentro del logo, debe guardar siempre el centímetro previamente establecido, que tiene como propósito proteger y que permite a su vez apreciar de mejor manera el logo de la marca.

1.4

MISIÓN & VISIÓN

MISIÓN

Somos una empresa recicladora, colaboradora y protectora del medio ambiente, cuyo objetivo es brindar un mejor tratamiento de los residuos sólidos aprovechables del municipio de Bosconia, con el propósito de brindar una mejor calidad de vida a todos sus habitantes.

VISIÓN

Para el 2025 la Chatarrería Andrea Julieth S.A.S, estará consolidada en el sector comercial, a nivel departamental como la primera opción dedicada a la comercialización de los residuos sólidos aprovechables, comprometidos así principalmente con el medio ambiente, contribuyendo de manera directa al desarrollo económico, social, cultural humano y ambiental.

1.5

VALORES CORPORATIVOS

- **Respeto:** Respetamos a todas las personas por igual, entendiendo que cada ser humano es único y digno de ser valorado y respetado.
- **Integridad:** Somos honestos, éticos y buscamos hacer siempre lo correcto evitando afectar los intereses de los demás individuos.
- **Responsabilidad:** Asumimos y nos hacemos responsables de nuestras decisiones, acciones y resultados.
- **Confianza:** Transmitimos esperanza.
- **Comunicación:** Reconocemos que la comunicación es la base y el pilar esencial de la sociedad humana en todos los ámbitos de la vida cotidiana.
- **Impacto:** Queremos dejar una huella ecológica a la nueva generación sobre el cuidado y protección al medio ambiente.
- **Transparencia:** Actuamos de manera clara.
- **Al servicio de todos:** Nos apasiona servir a todos los seres humanos, no hacemos acepción de personas, todo lo contrario, promovemos la igualdad y la inclusión social.

1.6



OBJETIVOS CORPORATIVOS

- 1 Lograr el desarrollo del entorno económico y social con mayor responsabilidad
- 2 Brindar la oportunidad de reciclar a toda la comunidad en general
- 3 Garantizar el cuidado, respeto y protección del medio ambiente
- 4 Realizar las actividades siempre con responsabilidad social
- 5 Promover la reconstrucción del tejido social desde el reciclaje

2.1

TIPOGRAFÍAS PRICIPALES

OSWALD

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

12345678910<>+*=\$#

Birds of Paradise

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz

TIPOGRAFÍA UTILIZADA

La tipografía empleada en el diseño y creación del logotipo es la siguiente:

La palabra Chatarrería, va en mayúscula sostenida y sin tilde, el eslogan usa el mismo tipo de fuente y el nombre de la fuente utilizada es Oswald.

El nombre Andrea Julieth, va en Mayúscula la inicial de cada nombre y el resto en minúscula y el tipo de fuente utilizada se llama Birds of Paradise.

Cabe recordar que el uso de esta tipografía es de carácter obligatorio y no puede ser sustituida por ninguna tipografía, solo en caso de que exista un rediseño de la misma y que sea aprobada previamente por la empresa.

2.2

TIPOGRAFÍA SECUNDARIA

Century Gothic Negrita

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 12345678910<>+*=\$#

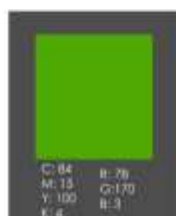
Century Gothic Normal

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmñopqrstuvwxyz
 12345678910<>+*=\$#

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

La tipografía empleada para los textos de este manual es Century Gothic en sus dos versiones, es decir, la negrita y también la normal.

3.1

**Verde Claro****Blanco****Negro**

COLORES CORPORATIVOS

Los colores corporativos son de vital importancia dentro de la organización, y sobretodo en el manual de imagen corporativa, ya que permiten generar mayor recordación e identificación de la marca.

El color transmite la esencia de la compañía, también se emplea para despertar sensaciones y emociones en las personas, de ahí el valor tan significativo que posee el color.

Por otro lado, se tuvo en cuenta la psicología del color al momento de elegir los colores corporativos, conociendo así que el verde está estrechamente ligado a la naturaleza, a la calma, y a la serenidad.

El blanco es un color que representa la paz, la seguridad, la confianza, la unión y la simplicidad.

El negro está relacionado con la elegancia, la sofisticación, la fuerza, el poder, la modernidad y la seriedad.

EL LOGOTIPO TAMAÑO MÍNIMO

Se debe tener en cuenta el tamaño mínimo del logotipo, conociendo que es imprescindible para proporcionar la visualización adecuada de todos los detalles del logotipo, ya que busca facilitar y garantizar la lectura clara y precisa de la marca.

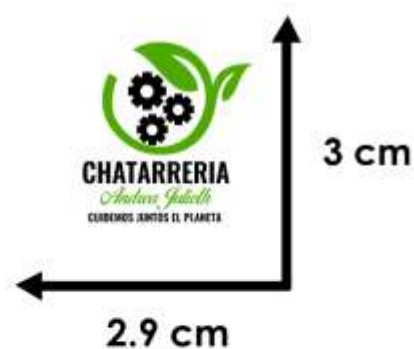
El logotipo debe ser aplicado hasta un tamaño mínimo en medio digital de 4.3 cm x 4.5 cm, por otro lado, el tamaño mínimo impreso debe ser de: 3 cm x 2.9 cm.

4.1

DIGITAL



IMPRESO



4.2

VERTICAL

VARIACIONES DEL LOGOTIPO

El logotipo es flexible y versátil y se puede emplear de dos formas:

VERTICAL

Esta es la versión principal y oficial del logo; el logotipo debe ir arriba, centrado y debajo el nombre de la Chatarrería, y luego, debajo del nombre va la frase del eslogan (en los casos que se requiera).

HORIZONTAL

El logotipo a la izquierda, nombre de la empresa y eslogan a la izquierda también.



CHATARRERIA
Andrea Julieth

HORIZONTAL



CHATARRERIA
Andrea Julieth

4.3

CHATARRERIA*Andrea Julieth*Cambio en la posición **X****CHATARRERIA***Andrea Julieth*

X Cambio en la especificación de los colores corporativos

**CHATARRERIA***Andrea Julieth*

Cambio de la tipografía **X**

EL LOGOTIPO USOS NO PERMITIDOS

Dentro de los usos no permitidos se encuentran los siguientes; cambiar la posición de los elementos del logo, cambiar los colores corporativos previamente establecidos, cambiar el tipo de fuente o tipografía utilizada, y tampoco se debe ampliar a los lados.

El mal uso de la marca puede ser desfavorable y perjudicial para la empresa ya que deja en entredicho la veracidad de cada publicación.

USOS NO PERMITIDOS

Estos son solo algunos de los usos incorrectos y que bajo ninguna circunstancia se le deben dar a la marca.

La recomendación es que se debe emplear única y exclusivamente como fue diseñado para evitar así un mal manejo de la marca.

4.4



CHATARRERIA
Andrea Julieth

Ampliar a los lados **X**



CUIDEMOS JUNTOS
EL PLANETA

CHATARRERIA
Andrea Julieth

Cambiar la posición
del eslogan **X**



CHATARRERIA★
Andrea Julieth

Agregar adornos
decorativos **X**

4.5



CHATARRERIA
Andrea Julieth



CHATARRERIA
Andrea Julieth
CUIDEMOS JUNTOS EL PLANETA

EL LOGOTIPO USOS PERMITIDOS

Es importante tener en cuenta que la correcta utilización de la imagen corporativa contribuye a generar una mayor confiabilidad, recordación y reconocimiento de la marca, de ahí la importancia de hacer un buen uso de la imagen institucional previamente establecida en este manual.

A continuación mostraremos las formas correctas del uso del logotipo de la empresa.

ESCALA DE GRISIS

&

ALTO CONTRASTE

4.6

Escala de grises

70% 30%



CHATARRERIA
Andrea Julieth



CHATARRERIA
Andrea Julieth
CUIDEMOS JUNTOS EL PLANETA

Alto contraste

100% 0%



CHATARRERIA
Andrea Julieth



CHATARRERIA
Andrea Julieth
CUIDEMOS JUNTOS EL PLANETA

5.1

Carta



Oficio



PAPELERÍA CORPORATIVA

Las hojas tamaño carta y oficio deben llevar el logotipo de la empresa en la parte superior y debe ir centrado.

TARJETA DE PRESENTACIÓN

Especificaciones:
Tarjeta de presentación de tamaño 8,7 cm y 5,4 cm en policromía a dos caras

Contiene la siguiente información:

- Logotipo de la empresa
- nombre
- cargo
- celular
- correo electrónico.

En el respaldo va el logotipo.

5.3

Frontal



Posterior



MEMBRETE

Dentro de la papelería, en la Chatarrería Andrea Julieth S.A.S, protegemos el planeta, por eso hemos decidido implementar el uso de un papel que es amigable con el medio ambiente, estamos hablando del papel biodegradable hecho a partir del bagazo de la caña de azúcar.

Teniendo siempre presente nuestro compromiso y responsabilidad con el planeta buscamos de una u otra manera, poder contribuir a su cuidado y protección.



5.4

CARNÉ PERSONAL



El carné es de uso exclusivamente personal, es intransferible y acredita a la persona que lo porte como colaborador de la Chatarrería Andrea Julieth S.A.S.



UNIFORMES CORPORATIVOS

Los uniformes son suministrados por la misma empresa a cada uno de los colaboradores, y llevan estampados la imagen de la organización.



1. Camisa manga larga

2. Casco de seguridad



3. Sueter



4. Pantalón



5. Braga Industrial



6. Botas de seguridad

5.5

PENDÓN

Especificaciones:

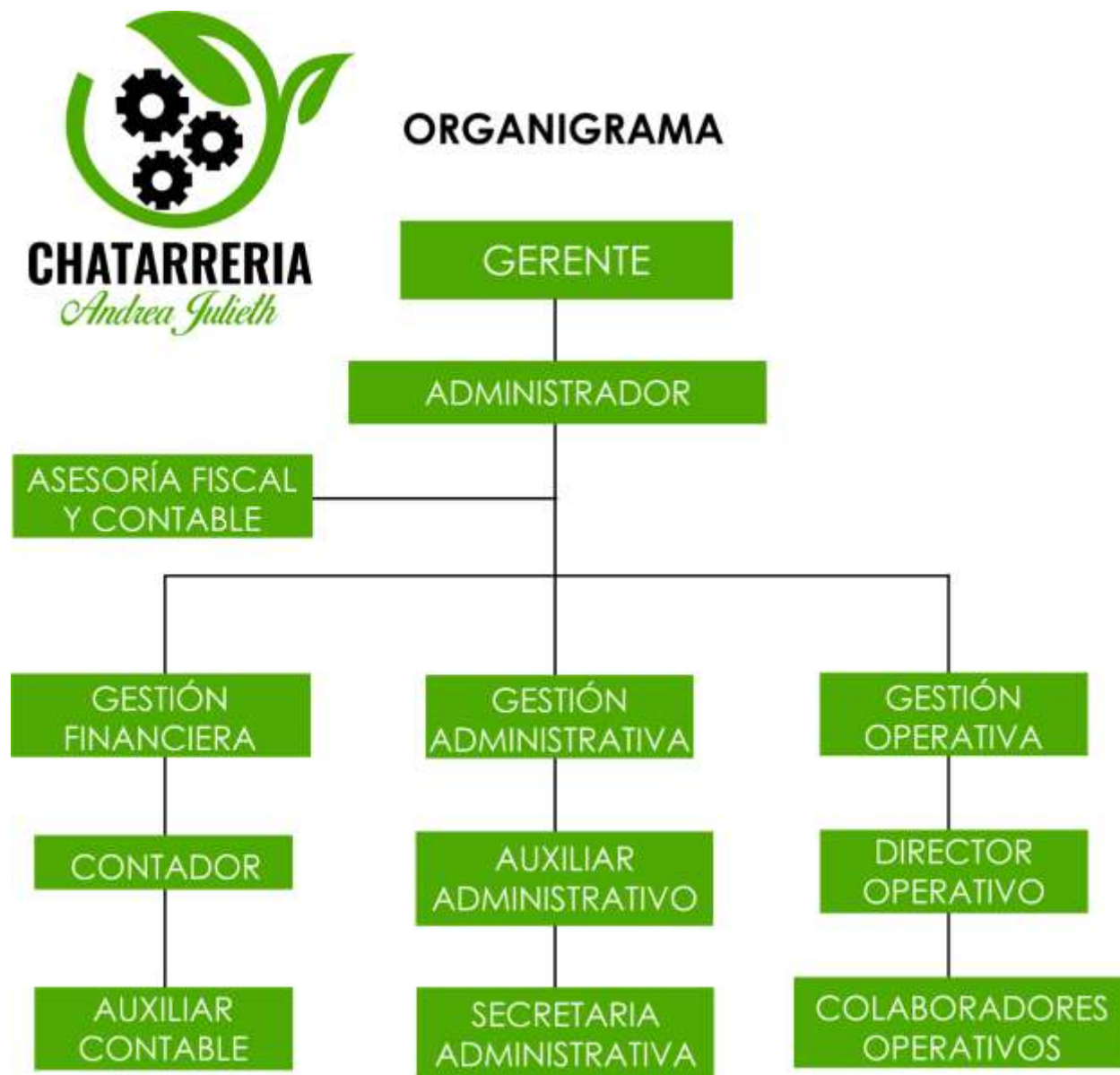
Portapendón en policromía en impresión digital y para usar en un porta pendón tipo "araña" o "rollup".

El tamaño es de:
1 mt x 2 mts

5.6



Apéndice E. Creación y diseño de la estructura organizacional



Apéndice F. Mejora de la misión y visión institucional

Misión

Somos una empresa recicladora, colaboradora y protectora del medio ambiente, cuyo objetivo es brindar un mejor tratamiento de los residuos sólidos aprovechables del municipio de Bosconia, con el propósito de brindar una mejor calidad de vida a todos sus habitantes. (Chatarrería Andrea Julieth S.A.S, 2022).

Visión

Para el 2025 la Chatarrería Andrea Julieth S.A.S, estará consolidada en el sector comercial, a nivel departamental como la primera opción dedicada a la comercialización de los residuos sólidos aprovechables, comprometidos así principalmente con el medio ambiente, contribuyendo de manera directa al desarrollo económico, social, cultural, humano y ambiental de la sociedad. (Chatarrería Andrea Julieth S.A.S, 2022)

Apéndice G. Creación de los objetivos y valores corporativos

Objetivos corporativos

Lograr el desarrollo del entorno económico y social con mayor responsabilidad, poder brindar la oportunidad de reciclar a toda la comunidad en general, además de garantizar el cuidado, respeto y protección del medio ambiente, Realizando las actividades con responsabilidad social y Promover la reconstrucción del tejido social desde el reciclaje

Valores corporativos

- **Respeto:** Respetamos a todas las personas por igual, entendiendo que cada ser humano es único y digno de ser valorado y respetado.
- **Integridad:** Somos honestos, éticos y buscamos hacer siempre lo correcto evitando afectar los intereses de los demás individuos.
- **Responsabilidad:** Asumimos y nos hacemos responsables de nuestras decisiones, acciones y resultados.
- **Confianza:** Transmitimos esperanza.
- **Comunicación:** Reconocemos que la comunicación es la base y el pilar esencial de la sociedad humana en todos los ámbitos de la vida cotidiana.
- **Impacto:** Queremos dejar una huella ecológica a la nueva generación sobre el cuidado y protección al medio ambiente.

- **Transparencia:** Actuamos de manera clara.
- **Al servicio de todos:** Nos apasiona servir a todos los seres humanos, no hacemos acepción de personas, todo lo contrario. promovemos la igualdad y la inclusión social.